２００２年度エコマーク商品に関する調査

エコマーク商品の消費者モニタリング調査および認知度・信頼性調査

財団法人　日本環境協会

エコマーク事務局

目　　　次

１：エコマーク商品に関する消費者モニタリング調査（第１部）・・・・・・・・・1

２：エコマーク商品に関する消費者認知度・信頼性調査（第２部）・・・・・・13

３：調査票・・25

は じ め に

財団法人日本環境協会は１９８９年（平成元年）より環境にやさしい社会の実現に向けて、商品の選択の側面から、第三者認証環境ラベルとしてエコマーク事業を実施して参りました。本事業は事業開始以来１５年目を迎え、２００３年３月末現在、商品類型数６４、認定数５，４７６、認定商品・保有企業数１，８８４社を数えるに至っています。

それに伴い消費者の商品への品質表示やマーク表示等への関心も日々高まってきており、企業の取り組み姿勢についても厳しいまなざしが注がれるようになってきています。

事業者自身も様々なアプローチから環境配慮に取り組み、他商品との差別化を進めてきています。しかしながら、一方では、正式にエコマークの使用契約を結ぶことなくエコマーク認定商品として、製造・販売が行われている例も見受けられます。こうした行為により、エコマークの誤った情報が消費者へ伝わってしまうことが憂慮されます。

今回、エコマーク事務局では『エコマーク商品』に関する消費者モニタリング調査（第１部）および認知度や信頼性に関する調査（第２部）を行いました。

なお、本モニタリング調査等は、社団法人全国消費生活相談員協会のご協力を得て実施しました。

財団法人　日本環境協会
エコマーク事務局

１：エコマーク商品に関する消費者モニタリング調査

（第１部）

調査の概要

(1) 調査時期　　２００２年１２月５日～２００３年1月１７日

(2) 調査対象　　全国　６００名　（＊社団法人全国消費生活相談員協会専門相談員）

(3) 有効回答数　５５３名、回収率：９２.２％

(4) 回答者の属性

・ 性　別(N=５５３)　男性４名（０.７％）　女性５４９名 (９９.３％)

・ 地域別(N=５５３)

北海道	１６名	（２.９％）	東　北	３５名	（６.３％）
関　東	１６４名	（２９.７％）	政令指定都市	７１名	(１２.８％)
北　陸	１６名	（２.９％）	中　部	６２名	(１１.２％)
関　西	８９名	(１６.１％)	中国・四国	３７名	（６.７％）
九　州	６３名	(１１.４％)			

地域別回答数割合は、総務省統計局 H12 年国勢調査都道府県・政令指定都市別確定値をもとに人口比例に基づく抽出を行っている。

・年　代（N=５５３）

２０代	８名	（１.４％）	３０代	５０名	（９.０％）
４０代	２１０名	（３８.０％）	５０代	２０５名	(３７.１％)
６０代	７４名	（１３.４％）	７０代	６名	（１.１％）

・職業（N=５５３）

主婦	３５９名	（６４.９％）
パート・アルバイト	１０３名	（１８.６％）
会社員	７５名	(１３.７％)
無職	９名	（１.６％）
学生	４名	（０.７％）
自営業	３名	（０.５％）

(5) 調査方法　　アンケート記入方式

(6) 調査項目　家庭内にあるエコマーク商品の表示部分を提出していただき、それら表示の無断使用・誤使用について調査を行った。さらに家庭内にあるエコマーク商品について報告をいただいた。なお、一人の回答者の家庭内に複数のエコマーク商品がある場合は、最大で５商品の回答報告を求めた。

① エコマーク商品での無断使用・誤使用調査
② エコマーク商品購入時期
③ エコマーク商品購入種別（類型別）
④ エコマーク商品名
⑤ エコマーク商品購入先（業態別）
⑥ エコマーク商品の品質面における満足度
⑦ ⑥についての個別意見

調査結果内容

調査項目１：エコマーク表示部分における無断使用・誤使用調査について（表１）

今回は、家庭内にあるエコマーク商品のマーク表示部分を提出いただき、それら表示部分の無断使用、誤使用の調査について、エコマーク事務局で調査を行った。商品報告数は、２，５０５商品となり、そのうち４１件（商品数では３６商品）の無断使用、誤使用が見つかり、現在、エコマーク事務局として厳正な対応を行っている。全商品数における無断使用、誤使用率は、１．６４％となっており、特に衛生用紙（トイレットペーパ等）での無断使用、誤使用の報告が多い。

表１　エコマーク表示部分における無断使用・誤使用調査結果

商品におけるエコマーク無断使用（A）			商品におけるエコマーク誤使用（B）		
類型番号	商　品	件数	類型番号	商　品	件数
108	衛生用紙	8件	108	衛生用紙	5件
113	包装用の用紙	6件	113	包装用の用紙	4件
112	紙製の事務用品	5件	112	紙製の事務用品	2件
120	紙製の印刷物	4件	その他		2件
その他		5件	小計		13件
小計		28件	合計	（A）＋（B）	41件

調査項目２：現在、家庭内にあるエコマーク商品の購入時期について

家庭内にある個々のエコマーク商品の購入時期については、①６ヶ月以内 ②３ヶ月以内 ③１ヶ月以内 ④１週間以内 ⑤その他＜６ヶ月以上＞の５項目からの選択方式で回答いただいた。結果は、以下のとおり１ヶ月以内での購入が最も多いという結果になっている。

①６ヶ月以内の購入　　５２０商品（２０．８％）
②３ヶ月以内の購入　　４１２商品（１６．４％）
③１ヶ月以内の購入　　６７２商品（２６．８％）
④１週間以内　　３８４商品（１５．３％）
⑤その他＜６ヶ月以上＞　　５１７商品（２０．７％）

回答総数＝２，５０５

上記項目について、購入時期ごとに商品の内訳について、さらなる調査を行った。

①６ヶ月以内に購入した商品（N＝５２０）

＜上位３品目＞
１：類型１１８　『再生材料を使用したプラスチック商品』（ボールペン等）　１５０件
２：類型１１２『紙製の事務用品』（ノート等）　１３８件
３：類型１０８『衛生用紙』（トイレットペーパ等）　５７件

②３ヶ月以内に購入した商品（N＝４１２）

＜上位３品目＞

１：類型１０８『衛生用紙』（トイレットペーパ等）　１１２件

２：類型１１８『再生材料を使用したプラスチック商品』（ボールペン等）８２件

３：類型１１２『紙製の事務用品』（ノート等）　７０件

③１ヶ月以内に購入した商品（N＝６７２）

＜上位３品目＞

１：類型１０８『衛生用紙』（トイレットペーパ等）　２３３件

２：類型１１８『再生材料を使用したプラスチック商品』（ボールペン等）　１１８件

３：類型１１２『紙製の事務用品』（ノート等）　８３件

④１週間以内での購入した商品（N＝３８４）

＜上位３品目＞

１：類型１０８『衛生用紙』（トイレットペーパ等）　９０件

２：類型１１８『再生材料を使用したプラスチック商品』（ボールペン等）７９件

３：類型１１３『包装用の用紙』（包装紙、紙袋等）　５３件

⑤その他＜６ヶ月以上＞での購入した商品（N＝５１７）

＜上位３品目＞

１：類型１１８『再生材料を使用したプラスチック商品』（ボールペン等）　１６５件

２：類型１１２『紙製の事務用品』（ノート等）　１４８件

３：類型００４『台所流し台水切用濾紙袋』　３３件

調査項目３：エコマーク商品の商品別購入割合について（表２、３）

(1) 商品類型別購入割合

購入割合が最も多かった上位３項目についての第１位は、類型１１８の『再生材料を使用したプラスチック製品』（ボールペン、シャープペンシル等）であり、商品数では５８４商品にのぼった。この割合は、報告がなされた2,５０５商品のうちの２３.３%を占めた。第２位は、類型１０８の『衛生用紙』（トイレットペーパ等）であり、５２９商品(２１.１%)の報告、第３位は類型１１２『紙製の事務用品』（ノート等）で４６９商品（１８.７%）となっている。この結果上位３項目合計で１，５８２商品となり、全報告された全商品に占める割合は、実に６３.２%である。詳細結果上位１０類型（表２）とその内上位３類型について詳細にとりまとめた結果については以下の通りである。また今回の全報告数の詳細なる内訳結果については、表３で表している。

表２　　商品類型ごとのエコマーク商品の購入割合上位１０類型

順位	報告件数	類型番号	商品類型名
1位	584件	118	再生材料を使用したプラスチック製品
2位	529件	108	衛生用紙
3位	469件	112	紙製の事務用品
4位	218件	113	包装用の用紙
5位	172件	004	台所流し台水切り用濾紙袋
6位	81件	002	台所流し台水切り用三角コーナー
7位	57件	120	紙製の印刷物
8位	55件	106	情報用紙
9位	50件	032	無漂白のコーヒーフィルター
10位	49件	031	詰め替え使用品のための容器

類型１１８『再生材料を使用したプラスチック製品』（報告数５８４商品）の内訳上位５商品

・ボールペン　１４８件
・液状のり　７１件
・蛍光ペン　６９件
・シャープペンシル　６７件
・シャープペンシル芯ケース　３４件

類型１０８『衛生用紙』（報告数５２９商品）上位３商品

・トイレットペーパ　＊　４５７件
・ティッシュペーパ　６４件
・ポケットティシュ　８件

＊今回の全報告商品２，５０５商品の中でトイレットペーパが最も多くの商品数となった。（全体の１８.２％になる）

類型１１２『紙製の事務用品』（報告数４６９商品）上位５商品

・ノート　２３０件
・紙製ファイル　９６件
・付せん　４８件
・メモ用紙　２１件
・履歴書　１５件

調査項目３：エコマーク商品の商品別購入割合について（全回答結果一覧）（表３）

表３　今回のモニタリング調査で報告のあった商品数２，５０５商品の詳細

類型番号	商品種別	合計	パート･アルバイト	会社員	学生	自営業	自由業	主婦	無職
002	台所流し台水きり用三角ｺｰﾅｰ	81	16	9				56	
003	台所流し台水切り用ｽﾄﾚｲﾅｰ	1						1	
004	台所流し台水切り用濾紙紙	172	28	21	2	1	1	116	3
005	廃食用油吸収材	25	4	6				14	1
009	牛乳びん	1	1						
013＊1	ファイル	2						2	
013＊1	ホチキス芯リムーバー	1						1	
013＊1	指の滑り止め	1						1	
013＊1	洗剤ポリエステルパッド	1						1	
013＊1	風呂の蓋	1						1	
015＊1	えんぴつ	2	1					1	
018＊1	えのぐ	1	1						
020	スポンジ	10	1	1				8	
020	スポンジたわし	1						1	
020	スポンジフキン	2						2	
020＊2	ふきん	1						1	
021	布オムツ	1						1	
026	計算機	1		1					
031	OAクリーナー（詰め替え用）	1	1						
031	ウェットティッシュ（詰め替え用）	1						1	
031	シャンプー詰め替え用パック	3	1					2	
031	洗濯洗剤詰め替え用パック	9	2					7	
031	台所用洗剤詰め替えパック	31	2	6		1		22	
031	リンス詰め替え用パック	3	1					2	
031	液体せっけん詰め替え用パック	1						1	
032	コーヒーフィルター	50	12	7				31	
033	塗料	1						1	
040	障子紙	1						1	
041	掃除機用取替え紙パック	34	3					30	1
043	ゴム手袋	32	6	4		1		19	2
044	タオル	1		1					
048	布製買物袋	12	1					11	
051	お茶パック	1						1	
051	ふきん	3	1					2	
051	ボディタオル	1						1	
051	軍手	1						1	
054	テプラテープカートリッジ	6	1	2				3	
055	食用油	3	1	1				1	
071	時計	1						1	
103	Tシャツ	1						1	
103	ジャンパー	3		1				2	
103	スポーツウェア	1						1	
103	衣類	2						2	
103	軍手	1		1					
103	作業着	3	1	1				1	
103	体操用ハーフパンツ	1						1	
104	フエルトシート	1		1					
104	ボディタオル	1	1						

類型番号	商品種別	合計	パート・アルバイト	会社員	学生	自営業	自由業	主婦	無職
104	洗濯ネット	1						1	
106	コピーファックス用紙	55	10	14			1	30	
107	学習教材	2		1				1	
107	取扱説明書	4		1				3	
108	ティッシュペーパ	64	12	10				41	1
108	トイレットペーパ	457	80	63	2	2	1	303	6
108	ポケットティッシュ	8	3	1	1			3	
112	おりがみ	2						2	
112	紙製ファイル	96	16	16				60	4
112	カレンダー	4	1	2					1
112	計算用紙	13	1	3				9	
112	スクラップブック	3						3	
112	セクションパッド	1						1	
112	とじ穴の補修シール	1		1					
112	ノート	230	50	28				151	1
112	バインダー	6		3				3	
112	ファックス用紙	2						2	
112	フォルダー	1	1						
112	メモ用紙	21	5	3				12	1
112	ラベル	1	1						
112	ルーズリーフ	1						1	
112	レシート	2						2	
112	レターセット	4	2					2	
112	レポート用紙	4						4	
112	事務用箋	1	1						
112	手帳	3						3	
112	単語カード	1	1						
112	伝票袋	1		1					
112	半紙	5		1				4	
112	付箋	48	8	12				27	1
112	便箋	1						1	
112	名刺	2						2	
112	模造紙	1						1	
112	領収書	1	1						
112	履歴書	15	3	1				11	
113	紙袋	56	12	7				37	
113	ブックカバー	2	1					1	
113	写真プリントネガ入れ	5						5	
113	新聞回収袋	6		1				5	
113	封筒	87	15	11	1			59	1
113	包装紙	47	5	3	1			38	
114	紙製トレー	9	2	1				6	
114	クラフトテープ	2						2	
114	紙ひも	17	4					13	
114	粘着テープ	2	1					1	
115	えんぴつ	33	10	1				21	1
117	コピー機	1						1	
118	OAクリーナー	3		2				1	
118	アルミホイルケース	6	1	3				2	
118	うちわ	1						1	
118	ウェットティッシュ	1						1	

類型番号	商品種別	合計	パート･アルバイト	会社員	学生	自営業	自由業	主婦	無職
118	うちわ	1						1	
118	液状のり	71	18	10	1			42	
118	オフィスクリーナー	1		1					
118	カードケース	1						1	
118	カバーアップテープ	1		1					
118	クリアファイル	7	1	3				3	
118	クリップ	1						1	
118	クリップボード	1						1	
118	ゴミ袋	3		1				2	
118	サインペン	21	2	3			1	15	
118	シャープペンシル	67	16	10	2			37	2
118	シャープペンシル芯ケース	34	7	2	1			23	1
118	スタンプ台	2	1					1	
118	スティックのり	23	6	3				14	
118	たまごケース	33	9	2				22	
118	ハサミ	2						2	
118	ファイル	7	1	2				4	
118	ボールペン	148	31	21				92	4
118	ホルダー	1							1
118	ホワイトボードマーカー	4		1				3	
118	ボンド	3						3	
118	リムーバー	1						1	
118	蛍光ペン	69	15	10	1			43	
118	使い捨てカメラ	15	2	2				11	
118	朱肉	8	1	2				4	1
118	修正テープ	26	6	4				16	
118	修正液	8	1	2				5	
118	消しゴム	2	1						1
118	接着剤	5	1	1				3	
118	洗面器	1		1					
118	台所用品	1		1					
118	定規	2	1					1	
118	粘着テープ	1						1	
118	風呂椅子	1		1					
118	文具トレー	1						1	
118	万年筆	1						1	
120	カタログ	3		1				2	
120	カレンダー	19	2	2	1			13	1
120	冊子	3	2					1	
120	チケット	1						1	
120	学習教材	1						1	
120	広告ちらし	7	1					6	
120	取扱説明書	17	4	1				12	
120	書籍	1						1	
120	情報誌	5		1				3	1
	小計（A）	2485	462	342	13	5	4	1623	36

注）＊１が表示されているものは、旧基準商品
　　＊２が表示されているものは、無断使用商品

表４　今回の調査で、エコマークと誤認識された商品については、下記のとおりである。

	商品種別	合計	パート･アルバイト	会社員	学生	自営業	自由業	主婦	無職
誤認識	カレンダー（R80）	2		1				1	
誤認識	ケーキ容器（グリーンマーク）	1						1	
誤認識	コーヒーフィルター	2						2	
誤認識	せっけん(生協環境M）	1						1	
誤認識	ティッシュペーパー（生協環境M）	1		1					
誤認識	トイレットペーパー（生協環境M）	2		1					1
誤認識	ラップ(グリーンマーク）	3						2	1
誤認識	歯ブラシ（ISO9002）	2						2	
誤認識	食品の容器（プラ）	1		1					
誤認識	水きりゴミ袋(生協環境M）	3	2					1	
誤認識	洗剤（R80）	1		1					
誤認識	掃除機用紙パック(生協環境M）	1						1	
小計（B）		20	2	5	0	0	0	11	2
合計（A）＋（B）		2505	464	347	13	5	4	1634	38

エコマークと誤認識されたマーク表示では、生協で使用されている環境マークで多く見られた。同様に、グリーンマークやＲ８０等についても誤認識されているケースがあることもわかった。生協の環境マークについては、『地球を手で囲むようなデザイン』となっており、エコマークにやや類似したデザインであることが原因として考えられる。
また、上記結果からエコマーク以外のマークをエコマークと誤認識された総数は、合計で２０商品（全報告数２，５０５商品）であり、その割合は、０．７９%であった。（表４）

調査項目４：エコマーク商品の購入先について（表５）

家庭内にあるエコマーク商品をどこから購入したかについては、①スーパーマーケット、②コンビニエンスストア、③一般個人商店、④デパート、⑤ディスカウントストア、⑥生協、⑦その他から回答してもらった。結果は、以下の通りである。

①　スーパーマーケット	８３１件（３３．２%）
②　コンビニエンスストア	５６件　（２．２%）
③　一般個人商店	２６０件（１０．４%）
④　デパート	１５９件　（６．３%）
⑤　ディスカウントストア	１７０件　（６．８%）
⑥　生協	３７８件（１５．１%）
⑦　その他	２２３件　（８．９%）
購入先不明、無回答	４２８件（１７．１%）

回答総数＝２，５０５

表５　上記結果について更に地域別の分析を行い、購入地域の割合を表にまとめた。

地域別	スーパーマーケット	コンビニエンスストア	一般個人商店	デパート	ディスカウントストア	生協	その他購入先	無回答	合計
北海道	20 （24.4%）	1 （1.2%）	3 （3.6%）	5 （6.1%）	1 （1.2%）	9 （10.9%）	17 （20.8%）	26 （31.8%）	82 （100%）
東北	39 （21.1%）	5 （2.7%）	46 （24.8%）	12 （6.5%）	10 （5.4%）	21 （11.4%）	21 （11.4%）	31 （16.7%）	185 （100%）
関東	242 （37.8%）	16 （2.5%）	55 （8.6%）	42 （6.6%）	55 （8.6%）	115 （17.9%）	25 （3.9%）	90 （14.1%）	640 （100%）
政令指定都市	179 （40.2%）	11 （2.5%）	14 （3.1%）	37 （8.3%）	23 （5.2%）	50 （11.2%）	34 （7.6%）	97 （21.9%）	445 （100%）
北陸	10 （15.8%）	3 （4.8%）	3 （4.8%）	3 （4.8%）	2 （3.2%）	8 （12.7%）	19 （30.1%）	15 （23.8%）	63 （100%）
中部	84 （32.2%）	5 （1.9%）	49 （18.9%）	18 （6.9%）	10 （3.8%）	34 （13%）	39 （14.9%）	22 （8.4%）	261 （100%）
関西	123 （31.1%）	10 （2.5%）	42 （10.6%）	25 （6.3%）	34 （8.7%）	52 （13.2%）	35 （8.9%）	74 （18.7%）	395 （100%）
中国・四国	58 （32%）	3 （1.6%）	11 （6%）	4 （2.2%）	9 （4.9%）	40 （22%）	17 （9.3%）	40 （22%）	182 （100%）
九州	76 （30.2%）	2 （0.8%）	37 （14.7%）	13 （5.2%）	26 （10.3%）	49 （19.4%）	16 （6.3%）	33 （13.1%）	252 （100%）
合計	831 （33.2%）	56 （2.2%）	260 （10.4%）	159 （6.3%）	170 （6.8%）	378 （15.1%）	223 （8.9%）	428 （17.1%）	2，505 （100%）

エコマーク表示商品の購入先別割合については、合計ではスーパーマーケットからの購入割合が最も多く３３.２％となり、また地域では東北地区だけが一般個人商店からの購入割合が高い。さらに政令指定都市においては、デパートで購入されたエコマーク商品が意外にも多いことがわかった。

調査項目５：エコマーク商品の『品質の面』における満足度

エコマーク商品についての満足度を『①非常に満足』『②ある程度満足』『③どちらとも言えない』『④あまり満足していない』『⑤全く満足していない』『⑥その他』から回答してもらった。

回答数＝２，５０５件

①	非常に満足	７９９件（３１．９％）	８４．３％ （①＋②）
②	ある程度満足	１，３１３件（５２．４％）	
③	どちらとも言えない	２９４件（１１．７％）	
④	あまり満足していない	６９件（　２．８％）	３．１％ （④＋⑤）
⑤	全く満足していない	９件（　０．３％）	
⑥	その他	２１件（　０．９％）	

以上の結果から、エコマーク商品に対する『品質の面』での満足度は、『①非常に満足』と『②ある程度満足』との合計が８４．３％となり、８割を超える消費者が満足であると回答している。逆に『④あまり満足していない』と『⑤全く満足していない』の合計は、３.１％にとどまった。

調査項目６：エコマーク等についてのその他コメント（２２１件)の要約

１：**＜エコマーク商品の価格・表示・種類・機能・デザインについて＞**６７件（３０．３％）

エコマークを含む環境表示マークが生活の中に氾濫しており、個々の表示特性が理解出来ないとする意見やエコマークの表示位置が商品毎に異なるので統一して欲しいとする意見、さらにはエコマーク商品については、環境配慮型ばかりではなくデザイン、機能性、価格等での魅力を期待する意見等。

２：**＜エコマークと小売の関係＞**５１件（２３．１％）

消費者がエコマーク商品を多く購入できる場の提供を小売店側に求めるとする意見や、日本環境協会と小売業界との普及にむけた活動を求める意見等。

３：**＜エコマーク普及・教育について＞**４２件（１９％）

幼児期からの学校を中心とした教育の場で環境教育を進めていくべきであるとする意見や、エコマーク商品をポイント化し、ポイント毎にキャッシュバックで購入者に還元するといった制度を導入すべき意見等。

４：**＜エコマーク制度について＞**２３件（１０．４％）

品質表示偽装等が問題となっている現在、エコマーク制度が消費者を裏切るようなことがないよう、しっかりとした管理体制を望む意見や、エコマーク商品の環境負荷貢献度の数値化等を望む意見等。

５：**＜エコマーク表示企業へのイメージ＞**１８件（８．１％）

エコマークを表示している企業を高く評価するとする意見や、企業の環境への取り組み姿勢を含めた企業イメージの判断に活用しているとする意見等。

６：**＜エコマークとメーカの関係＞**９件（４．１％）

エコマーク商品開発にあたり、消費者ニーズのもとにメーカ開発がなされるべきであるとする意見や、環境問題に対して、メーカに一定の責任を負わせるべきであるとする意見等。

７：**＜エコマークと行政の関係＞**６件（２．７％）

国、行政機関としてエコマーク制度普及に対して、補助金や優遇制度でのバックアップをすることが重要である。また、エコマーク事務局と行政機関が一体となり、小売店ごとにエコマーク貢献度等の数値化を行い、消費者への情報公開を義務化させるべきではないかとする意見等。

８：**＜エコマーク商品への個別意見＞**５件（２．３％）

エコマーク認定商品が商品全体を示すのか、詰め替え容器部分なのか、さらに商品の中身の機能性部分なのか良く理解出来ないとする意見や個別商品においては、『詰め替え用洗剤』等の中味がエコマークを取得していると誤認識していた等の意見。

２：エコマーク商品認知度・信頼性調査

（第２部）

４調査の概要

(1) 調査時期　　２００２年１２月５日〜２００３年1月１７日

(2) 調査対象　　全国　　１，８００名 (一般消費者)

(3) 有効回答数　　　　１，６６５名　　回収率：９２．５％

性　別（N＝１，６６５）　男性４６４名（２７．９％）　女性１,２０１名（７２．１％）

地域別（N＝１，６６５）

北海道	８２名　（４.９％）	東　北	１４４名　（８.６％）
関　東	５４１名（３２.６％）	北　陸	３４名　（２.０％）
中　部	２１７名（１３.０％）	関　西	３２５名（１９.６％）
中国・四国	１１７名　（７.０％）	九州・沖縄	２０５名（１２.３％）

年代別　（N＝１，６６５）

１０代以下	９２名　（５.５％）	２０代	２２９名　（１３.８％）
３０代	２９８名（１７.９％）	４０代	４２０名　（２５.２％）
５０代	３５３名（２１.２％）	６０代	１８５名　（１１.１％）
７０代	８８名　（５.３％）		

(4) 調査方法　アンケート記入方式

(5) 調査項目

①エコマーク商品の購入意識

②エコマーク商品購入時の意識（環境と価格・品質の比較において）

③エコマーク商品を全国で効率的に購入可能にする方法（関係機関との連携）

④消費者が購入を希望するエコマーク付与商品

⑤エコマーク認定制度の認知度

⑥エコマーク表示内容の認知度

⑦エコマークの信頼性

⑧消費者がエコマーク商品選定に際し配慮する項目

⑨エコマーク制度の仕組みの認知度

調査結果内容（全国）

設問１：あなたは商品を購入する時『エコマーク』を意識して購入していますか。（表６）

表６　N＝１，６６５

1:エコマークがついているかどうかいつも注意して購入している	44	2．6%
2:商品の種類によってはエコマークを意識して購入している	345	20．7%
3:エコマークは、あまり意識していないが環境に配慮した商品かどうかはたいがい注意している	795	47．8%
4:あまり環境を意識して商品の購入をしていない。	441	26．5%
5:わからない	40	2．4%
合計	1，665	100%

『１:エコマークがついているかどうかいつも注意して購入している』と『２:商品の種類によってはエコマークを意識して購入している』を合わせた回答数は、３８９件（２３．３%）となるが、今回最も多かった回答は、『３:エコマークは、あまり意識していないが環境に配慮した商品かどうかはたいがい注意している』であり、７９５件（４７．８%）の回答があった。
上記の結果より、消費者が商品を購入する際、表６の１，２、３の回答にあるように『環境に配慮した消費行動』をおこなうとする回答が１，１８４件（７１.１%）寄せられた結果からも、消費者の環境への非常に高い意識がうかがえるものとなった。

設問２：設問１で環境に配慮して商品を購入すると答えた人（１，１８４人）に対して以下の設問をおこなった。（表７、８）

表７　＜環境と価格の比較においてどう考えるか＞　N＝１，１８４

1:少しくらい値段が高くても、環境配慮型商品を購入する	442	37．3%
2:環境配慮型商品でも市販品と同じ価格でないと購入しない	621	52．5%
3:環境に配慮しているかどうか特に意識して購入していない。	94	7．9%
4:わからない	19	1．6%
無回答	8	0．7%
合計	1，184	100%

『市販品と同価格でないと購入しない』が６２１人（５２.５%）となり、『少々高くても買う』とする４４２人（３７.３%）を上回った。**環境に配慮しつつも、市販品に比べて高額な場合は、購入を控えるとする消費者像を浮かび上がらせる結果となった。**

＜環境と品質の比較においてどう考えるか＞　Ｎ＝１，１８４

表８

1：環境配慮型商品であれば品質が多少悪くても購入する	308	26．0%
2：環境配慮型商品でも市販品と同じ品質でないと購入しない	760	64．2%
3：環境に配慮しているかどうか特に意識して購入していない。	69	5．8%
4：わからない	32	2．7%
無回答	15	1．3%
合計	1，184	100%

『市販品と同じ品質でないと購入しない』とする回答が７６０人（６４.２%）と最も多く、『多少品質が悪くても購入する』とする３０８人（２６.０%）の約２．５倍にあたる回答結果となった。

上記の(１)および(２)の結果より、例え環境に配慮した商品であっても価格・品質において市販品と同程度のものでなければ購入しないとする消費者が多いことが明らかになった。

設問３：エコマーク商品を『全国どこでも買えるようにする』にはどのような関係機関との協力関係が最も効率的かつ望ましいか。優先順位３位まで選択（表９、１０）

この集計については、実態をより正確に把握するために２種類の集計方法を採用した。

① 優先順位１、２、３位に回答してきたものを単純に集計。

② 回答に優先順位をつけるため、１位に３点、２位に２点、３位は１点というようにウエイトづけを行ったのちに集計。

表９【上記①による単純集計結果】

1：環境省を含む国の機関	716	14．3%
2：地域行政機関（県庁、市役所、区役所等）	823	16．5%
3：市民活動団体（環境NGO、NPO等）	471	9．4%
4：メーカ業界団体	1，278	25．6%
5：流通業（スーパー等を含む）	1，286	25．7%
6：PTA・学校を含む教育機関	225	4．6%
7：その他	31	0．6%
無回答	165	3．3%
合計	4，995	100%

エコマーク商品を全国どこでも買えるようにするには、どのような関係機関との協力関係が最も効率的かつ望ましいかとする設問の中で、最も多かった回答は、５：『流通業（スーパー等を含む』の１，２８６件（２５．７%）であり、次にほぼ同数で４：『メーカ業界団体』とするものが１，２７８件（２５．６%）となり、この２つの合計回答数は、２，５６４件となり、全回答数の実に５１．３%となった。

表１０【上記②によるウエイト化による集計結果】

1:環境省を含む国の機関	1，491点
2:地域行政機関（県庁、市役所、区役所等）	1，435点
3:市民活動団体（環境NGO、NPO等）	756点
4:メーカ業界団体	2，849点
5:流通業（スーパー等を含む）	2，819点
6:PTA・学校を含む教育機関	337点
7:その他	52点

上記項目についてウエイト化により優先順位を集計した結果は、４：『メーカ業界団体』との協力関係を望む声が最も多く２，８４９点となった。次に多かったものは、５：『流通業（スーパー等を含む）』の２，８１９点となり、単純集計した結果と１位、２位が逆転する結果となった。
①、②のいずれの集計方法においても、行政機関よりもメーカ業界団体、流通業（スーパー等を含む）との協力関係を望む消費者の声が多いことが示される結果となった。

設問４：あなたはどんな商品にエコマークがついていたら、優先して購入したいと思いますか（優先順位４位まで選択）（表１１、１２）

本設問についても設問３と同様に２種類の集計方法をとった。
①優先順位１、２、３位に回答してきたものを単純に集計。
②回答に優先順位をつけるため、１位に３点、２位に２点、３位に１点というようにウエイトづけを行ったのちに集計。

表１１【①による単純集計】　N＝１，６６５

類型基準の有るもの		
1:日用雑貨	1，035	15．5%
2:文房具・ノート類	826	12．4%
3:OA機器	285	4．3%
4:衣料品・寝具類	567	8．5%
5:建材・壁材	285	4．3%
6:事務用の椅子・机	96	1．4%
7:容器・包装	719	10．8%
類型基準の無いもの		
8:自動車	428	6．4%
9:家電製品	588	8．8%
10:食料品	364	5．5%
11:住宅	151	2．3%
12:自転車	72	1．1%
13:スポーツ・レジャー用品	141	2．1%
14:サービス分野（クリーニング・ホテル等）	191	2．9%
15:その他	46	0．7%
無回答	866	13．0%
合計	6，660	100%

１：の『日用雑貨』をあげた人が１，０３５人（１５．５%）で最も多く、次に２：『文房具・ノート類』８２４人（１２．４%）、７：『容器・包装』７１９人（１０．８%）、９：『家電製品』５８８人（８．８%）で、４：『衣料品・寝具類』５６７人（８．５%）、８：『自動車』４２８人（６．４%）、１０：『食料品』３６４人（５．５%）、５：『建材・壁材』および３：『ＯＡ機器』がそれぞれ２８５人（４．３%）、１４：『サービス分野（クリーニング・ホテル）』１９２人（２．９%）、そして１１：『住宅』、１３：『スポーツ・レジャー用品』、６：『事務用の椅子・机』、１２：『自転車』が続く結果となった。

【②による集計結果】（選択肢についてベスト４を尋ね、1 位を４点、２位を３点、３位を２点、４位を１点としてウエイトづけし、全回答者分を集計）（表１２）

表１２　　　　　　　　　　　　　N＝１，６６５

類型基準の有るもの	
1:日用雑貨	3，432点
2:文房具・ノート類	2，433点
3:OA機器	679点
4:衣料品・寝具類	1，326点
5:建材・壁材	628点
6:事務用の椅子・机	190点
7:容器・包装	1，792点
類型基準の無いもの	
8:自動車	1，035点
9:家電製品	1，375点
10:食料品	972点
11:住宅	337点
12:自転車	129点
13:スポーツ・レジャー用品	279点
14:サービス分野（クリーニング・ホテル）	359点
15:その他	88点

上位５位は、１：『日用雑貨』３，４３２点、２：『文房具・ノート類』２，４３３点、７：『容器・包装』１，７９２点、９：『家電製品』１，３７５点、４：『衣料品・寝具類』１，３２６点となった。集計結果にウエイトづけしたものと①の単純集計結果とが同様なものとなった。

①②の結果より、消費者が購入を希望するエコマーク付き商品は１：『日用雑貨』、２：『文房具・ノート類』、７『容器・包装』、９：『家電製品』、４：『衣料品・寝具類』となったが、現状、エコマーク認定の対象となっていない９：『家電製品』と８：『自動車』に『エコマーク認定』を希望する消費者の声が多くあることが、結果として示されるものとなった。

設問５：エコマーク認定制度を知っていますか。（表１３）

表１３　N＝１，６６５

1:知っている	1,114	66. 9%
2:知らない	544	32. 7%
無回答	7	0. 4%
合計	1，665	100%

エコマーク認定制度を『知っている』と答えた人は１，１１４名（６６．９%）となり、エコマーク認定制度の認知度の高さをあらわす結果となった（表１３)。その一方で、かっこ　知らない」とする回答は、『わからない』との回答７人を含め５５１名（３３．１%）であった。

設問６：（上記設問５で「知っている」と答えた人に対して）環境保全についての効果があることをエコマーク表示内容で理解できるか。（表１４）

表１４　N＝１，１１４

1:理解出来る	465	41. 7%
2:普通	402	36. 1%
3:わかりづらい	238	21. 4%
無回答	9	0. 8%
合計	1，114	100%

設問５において１：の『知っている』と回答した１，１１４人のうち、『エコマーク表示内容の理解が出来るか』とする問いに対し『理解できる』と回答した人は、４６５人（４１.７%)、『普通』と回答した人が４０２人（３６.１%)であった。この２つの回答を合わせた８６７人（７７.８%)、およそ８割の消費者が環境保全についての効果があることをエコマーク表示内容で理解しているという結果となった。

設問７：（設問５でエコマークを『知らない』と答えた人）認定制度・商品に対し信頼をおけない・分からないとする理由はなにか。（表１５）

表１５

1:エコマーク制度自体良く知らない。	71	13. 1%
2:エコマーク商品についている表示の意味が良く分からない、またわかりずらい。	242	44. 5%
3:エコマークの意味は、理解しているがあまり信頼していない。	29	5. 3%
4:その他	17	3. 1%
無回答	185	34. 0%
合計	544	100%

『エコマーク商品についている表示の意味が良く分からない、またわかりづらい』とする回答は、２４２件（４４．５%）という結果であり、エコマーク商品における『表示の意味』への工夫は今後も必要である。『エコマークの意味は、理解しているがあまり信頼していない』とする回答が２９件（５．３%）であった。しかしながら制度及び商品への『信頼の面』では、消費者からある程度理解されていると思われる。

設問８：エコマーク商品を選定する際に、特に選択肢として重視していることは何か。優先順位３位まで選択。（表１６、１７）

本設問についても２種類の集計方法をとった。

【①による集計結果】（優先順位１、２、３位に記入されている項目をそれぞれ集計した後、それらを積み上げて集計。）

表１６

1.地球の温暖化	616	12．3%
2.オゾン層の破壊	410	8．2%
3.生態系に対する影響	632	12．7%
4.大気汚染や水質汚染	625	12．5%
5.廃棄時にごみにならない、リサイクル可能	958	19．2%
6.再生品・繰り返し使えるリユース品	545	10．2%
7.有害物質などによる汚染	412	8．2%
8.ロングライフ設計	120	2．4%
9.消費電力など使用時のエネルギー低減	162	3．2%
10.製造・使用・排気に至るまでの省エネルギー・省資源	441	8．9%
11.その他	3	0．1%
無回答	71	1．4%
計	4，995	100%

上位回答５項目は、５：『廃棄時ごみにならない、リサイクル可能』９５８人（１９．２%）が最も多く、次いで３：『生態系に対する影響』６３２人（１２．７%）となり、以下４：『大気汚染や水質汚染』６２５人（１２．５%）、１：『地球の温暖化』６１６人（１２．３%）、６：『再生品・繰り返し使えるリユース品』５４５人（１０．９%）という結果であった。

【②による集計結果】（選択肢についてベスト３を尋ね、１位を３点、2 位を２点、３位を１点とウエイトづけし、全回答者分を累計）

表１７

1.地球の温暖化	１，505点
2.オゾン層の破壊	839点
3.生態系に対する影響	１，237点
4.大気汚染や水質汚染	１，243点
5.廃棄時にごみにならない、リサイクル可能	２，117点
6.再生品・繰り返し使えるリユース品	１，030点
7.有害物質などによる汚染	677点
8.ロングライフ設計	207点
9.消費電力など使用時のエネルギー低減	244点
10.製造・使用・排気に至るまでの省エネルギー・省資源	757点
11.その他	4点

５：『廃棄時にごみにならない、リサイクル可能』とする回答がもっとも多く２，１１７点、次いで１：『地球の温暖化』１，５０５点、４：『大気汚染や水質汚染』１，２４３点とする結果となった。集計結果をウエイト化し集計した結果、単純集計で第４位であった
１：『地球の温暖化』が第２位とランクアップし、多くの消費者が優先順位の上位で回答している。
①②の結果より、環境問題、とりわけ５：『廃棄時にごみにならない、リサイクル可能』について、多くの消費者が関心を寄せていることが結果として示されるものとなった。

設問９：エコマークは、独立した第３者機関の（財）日本環境協会が認定していることを知っていましたか（表１８）

表１８　　　　　　　　　　　　Ｎ＝１，６６５

1：知っていた	456	27．4%
2：知らなかった	1，205	72．4%
無回答	4	0．2%
合計	1，665	100%

エコマークを（財）日本環境協会が認定していることを『知っていた』と答えた人は４５６人（２７.４％）と低い認知度であったが、設問５で『エコマークの認定制度』について、およそ7割の消費者が理解している結果からも、エコマーク制度の仕組みについては、（財）日本環境協会がエコマークの認定機関であることの普及活動等が今後も必要であることが考えられる。

設問９（２）：エコマークは、基準に合致した商品に表示するのではなく、エコマーク取得を希望する事業者等からの正式な手続きが必要であることを知っていましたか（表１９）

表１９　　　　　　　　　　　　　　Ｎ＝１，６６５

1:知っていた	378	22.7%
2:知らなかった	1,282	77.0%
無回答	5	0.3%
合計	1,665	100%

エコマーク認定制度の仕組みについて、エコマークを表示するにあたっては、エコマーク取得を希望する事業者等からの正式な手続きが必要であることが消費者に理解されていないことを示す結果となった。

設問９（３）：エコマーク商品の基準は、対象となる商品分野ごとに決められていることを知っていましたか（表２０）

表２０　　　　　　　　　　　Ｎ＝１，６６５

1:知っていた	205	12.3%
2:知らなかった	1,456	87.5%
無回答	4	0.2%
合計	1,665	100%

エコマーク商品の基準は、対象となる商品分野ごとに決められていることを『知っていた』とする人は、２０５人（１２．３％）であったが、圧倒的に『知らなかった』と回答した人が１，４５６人（８７．５％）と多い結果となった。

設問９（４）：エコマーク商品の基準を見たり、読んだりしたことがありますか（表２１）

表２１

1:ある	366	22.0%
2:ない	1,295	77.8%
無回答	4	0.2%
合計	1,665	100%

エコマーク商品認定基準を見たり読んだりしたことがある一般消費者が３６６人（２２．０％）もいることは、意外な結果である。

エコマーク認定制度については、財団法人日本環境協会エコマーク事務局が認定機関であることを含め、認定基準や方法等について、消費者に対し周知度が低いことがうかがえる結果となった。今後さらなる普及および啓発活動が必要である。

３：調査票

◆エコマーク商品消費者モニタリング調査◆

（平成１４年度　第１回）

エコマーク商品におけるマーク表示の適正使用及びマーク認識度・信頼性に関する実態調査についてのご協力依頼

財団法人日本環境協会エコマーク事務局は､社団法人全国消費生活相談員協会のご協力を得て､今年度から定期的に家庭内におけるエコマーク商品に関しマーク表示の適正・使用や信頼性等の実態調査を行うことになりました。

昨今、消費者の環境問題や商品・品質表示、商標マーク等への関心が日々に高まっており、これらに対する企業の取り組み姿勢についても厳しいまなざしが注がれるようになってきております。

これに対応して、事業者自身も様々なアプローチから商品等への環境配慮を考え、他商品との差別化を進めている状況にあります。

その一方で正式な手続きを踏まず、すなわちエコマーク使用契約を結ぶこと無く、エコマーク認定品として商品の製造・販売が行なわれている可能性もあり、マークの不正表示・不正使用及び誤った情報が消費者へ伝わる事も憂慮されます。こうした事を踏まえエコマーク表示に対しての消費者の信頼性・認知度などの意識変化も注目されます。

そこで平成１４年度から全国規模でエコマーク商品消費者モニタリング調査を実施する事となりました。つきましては、下記により別添の調査についてご協力を御願い致します。

記

１：調　査　項　目　　別添『調査表』のとおり

２：同　封　書　類　　エコマーク調査表　　（1）・・１枚
エコマーク商品調査表（２）・・５枚
エコマーク信頼性・認知度調査表（３）・・２枚
県、政令都市コード表（４）・・１枚　回答記入例（５）・・４枚

３：提　出　期　限　　平成１５年　1月　２５日（金）提出先必着で御願いします。

４：提　出　先　　**調査表（１－２）**については
〒105-0003　東京都港区西新橋１丁目７－２虎ノ門高木ビル７Ｆ
財）日本環境協会エコマーク事務局　普及課
調査票（３）については、
社）全国消費生活員相談員協会（全国各支部）消費者モニター担当

５：問い合わせ先　　日環協側　エコマーク事務局普及課担当（曽根）電話 03－3508－2662
全相協側　消費者モニター担当（鴨木・濱本）　電話 03－3448－9736

６：調査表の記入にあたっての注意事項

(1) ご回答にあたっては、該当する県、政令都市コード、調査員名、住所、連絡先電話番号を必ず別添の調査表（１）に記入してください。

(2) 商品調査表（２）については商品調査表の裏面にそのブランド名及びエコマーク表示部分（パッケージ全体まわり、シール部分）を添付し（テープ等を利用)、郵送でお送りください。

(3) **今回の調査を行うにあたりまして、商品を新たに購入する必要はありません。**

【エコマーク調査表１】

＜ご回答者記入項目＞
下記の項目に順番にご回答ください。

県・政令都市コード（必ずご記入ください）詳細は、同封したコード表をご覧ください。
＊複数枚ご回答の時は、以下の項目については、最初の１枚のみご記入ください。

下記データは、調査分析以外に使用しませんし、外部に出る事は一切ありませんのでご安心ください。

◆ 調 査 品 数：　　　　　　　品 目

◆ 調 査 員 名：　　　　　　　◆ 年　齢　　　　歳

◆ 性　別　男 性 ・ 女 性　　　◆ 職　業

◆ 住　所（市区町村までで結構です）

◆ 連 絡 先：(電話番号　　　　　　　　)
(e-mail　　　　　　　　)無い場合は、記入の必要はありません。

★回答内容を問いあわせる際に使用する可能性がありますのであらかじめご了承ください。

＜別紙－１＞

【エコマーク商品調査表】（２）（必ず１商品１枚でご回答ください）

・下記の質問事項について順次ご回答願います。なお調査商品でエコマーク表示の付近に下記情報（A）～（B）が記載されていれば、その部分も含めて切り取って同封いただけましたら、ご記入の必要はございませんので（C）～（D）のみをご回答いただき該当する番号には、○をつけてつけてください。

設問１：具体的なエコマーク商品名と種別等をご記入いただき、該当する番号には○をつけてください。

購入時期 ｛①６ヶ月以内　②３ヶ月以内　③１ヶ月以内　④１週間以内　⑤その他｝

購入時期番号

(A)商品種別：(　　　　　　　　　　　　　　　　)　（　　　　）

(B)製品名　：(　　　　　　　　　　　　　　　　)

(C)　商品は、どこで購入しましたか

｛①ｽｰﾊﾟｰﾏｰｹｯﾄ　②ｺﾝﾋﾞﾆｴﾝｽｽﾄｱ　③一般個人商店　④ﾃﾞﾊﾟｰﾄ　⑤ﾃﾞｨｽｶｳﾝﾄｽﾄｱ　⑥生協　⑦その他（　　　　　　　　　　　　）｝

(D)具体的な購入先店名をご回答ください

（　　　　　　　　　　　　　　　　）

(E)　具体的なエコマーク認定商品について、『品質の面』ではどう感じられましたか？

｛①非常に満足　②ある程度満足　③どちらとも言えない　④あまり満足していない　⑤全く満足していない　⑥その他（　　　　　　　　　　）｝

→具体的なその理由は（　　　　　　　　　　　　　　　　）

(F)　その他（何かご意見等がございましたら、ご記入ください）

｛　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　｝

【エコマーク商品に対しての認知度・信頼性調査表（３）】

■回答者記入欄■：都道府県名＜　　　　　　　＞　　男　・　女

年齢　　＜　　　　歳＞　職業＜　　　　　　＞

＜はじめに＞

エコマークとは、環境への負荷が少なく、環境保全に役立つと認められた商品についています。消費者のみなさんが、そのマークを見ることで、商品と環境との関わりを考え、環境にやさしい商品を選ぶための目安として役立てていただくことを目的としています。

設問１：あなたは商品を購入する時エコマーク商品を意識して購入していますか。該当するもの１つに○印つけてください。

① エコマークがついているかどうかいつも注意して購入している
② 商品の種類によってはエコマークを意識して購入している。
③ エコマークはあまり意識していないが環境に配慮した商品かどうかはたいがい注意している。
④ あまり環境を意識して商品の購入をしていない。
⑤ わからない

問２：問１で①～③を選択した方にお聞きします。環境に配慮した商品を購入する時の意識にもっとも近いもの１つに○印をつけてください。

（１）環境と価格の比較において

①すこしぐらい値段が高くても環境配慮型商品を購入する。
②環境配慮型商品でも市販品と同じ価格でないと購入しない。
③環境に配慮しているかどうか、特に意識して購入していない。
④分からない

（２）環境と品質の比較において

①環境配慮型商品であれば品質が多少悪くても購入する。
②環境配慮型商品でも市販品と同じ品質でないと購入しない。
③環境に配慮しているかどうか、特に意識して購入していない。
④分からない

問３：エコマーク商品が『全国どこでも買えるようにする』にはどのような関係機関との協力関係が最も効率的かつ望ましいと考えますか

① 環境省を含む国の機関　②地域行政機関（県庁、市役所、区役所等）
③ 市民活動団体（環境 NGO,NPO を含む）④メーカ業界団体　⑤流通業（ｽｰﾊﾟｰ等を含む）⑥ＰＴＡ・学校を含む教育機関　⑦その他（　　　　　　　　　）

優先順位１位（　　　），２位（　　　），３位（　　　）

問４：あなたはどんな商品にエコマークがついていたら、優先して購入したいと思いますか、またそれは具体的にはどのようなものですか。＜　＞には具体的な商品名をご記入ください。

現状認定品：

①日用雑貨　②文房具・ノート類　③ＯＡ機器　④衣料品・寝具類
⑤建材・壁材⑥椅子・机などの事務用⑦容器・包装

現状非認定品：

⑧自動車⑨家電製品⑩食料品⑪住宅⑫自転車⑬スポーツ・レジャー用品
⑭サービス分野（ｸﾘｰﾆﾝｸﾞ・ﾎﾃﾙ）⑮その他

優先順位①（　　　）＜　　　　　　　　＞②（　　）＜　　　　　　＞
③（　　　）＜　　　　　　　　＞④（　　）＜　　　　　　＞

問５：エコマーク認定制度をご存じでしたか
①はい　　　　　②いいえ
①を選んだ方は問６へ進む　②または③を選んだ方は問７へ進む

問６：環境保全についての効果があることをエコマーク表示内容で理解出来ますか？
①理解出来る　②普通　③わかりずらい

問７：認定制度・商品に対し信頼をおけないとか、分からないとする理由は何ですか
①エコマーク制度自体良く知らない
②エコマーク商品についている表示の意味が良く分からない、また分かりにくい
③エコマークの意味は、理解しているがあまり信頼していない
④その他（　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　）

問８：あなたは、エコマーク商品を選定する際に特に配慮するべき項目として何を最も重視すべきだと考えますか。重視すべきだと思う項目を下記の中から３つ選択してください。

①　地球の温暖化　②オゾン層の破壊　③生態系に対する影響　④大気汚染や水質汚染
⑤廃棄時にごみにならない、リサイクル可能　⑥再生品・繰り返し使えるリユース品
⑦有害物質などによる汚染　⑧ロングライフ設計　⑨消費電力など使用時のエネルギー低減　⑩製造・使用・廃棄に至るまでの省エネルギー・省資源　⑪その他

優先順位　１（　　　）　２（　　　　）　３（　　　）

問９：あなたは現在のエコマーク認定制度の仕組みについてどの程度知っていますか。

（１）エコマークは、独立した第３者機関の（財）日本環境協会が認定していることを

①知っていた　　②知らなかった

（２）エコマークは、あらかじめ作成した基準に合致した商品につけるのでは無く、業者からの正式な申請手続きが必要であることを

①知っていた　　②知らなかった

（３）エコマーク商品の基準は対象となる商品に種類ごとに決められている（現在では６４類型）ことを

①知っていた　　②知らなかった

（４）エコマーク商品認定基準を見たり読んだりしたことがありますか

①ある　　　　②ない

＜ご回答いただきました貴重なご意見等は、今後のエコマーク制度・商品に反映させていただきます。有り難うございました＞

２００３年６月
財団法人　日本環境協会エコマーク事務局
〒105-0003　東京都港区西新橋１－７－２
虎の門高木ビル７Ｆ
普及課　ＴＥＬ03-3508-2662　ＦＡＸ03-3508-2656